

Mediadaten 2012



© Olea - Fotolia



MARKENARTIKEL ist das Fachmagazin für Markenführung – herausgegeben vom Markenverband e.V., Berlin.

Der **MARKENARTIKEL** berichtet praxisorientiert und fundiert über Unternehmen und stellt in Porträts und Interviews deren Markenführungs-Strategien und Management-Konzepte vor. Hinzu kommen Hintergrundberichte und Interviews zum Bereich Marken-Recht sowie Handel. Gastbeiträge aus Forschung und Lehre runden das Themenspektrum ab. Die festen Ressorts „Markenführung“, „Handel“, „Recht“ und „Service“ werden durch monatliche Schwerpunktthemen ergänzt (siehe Termine+Themen).

Das ansprechende und moderne Design sowie die hochwertige Papier-Qualität unterstreichen den hohen Anspruch, dem sich **MARKENARTIKEL** verschrieben hat.

Dirk Löhmer (r.), Cofresco, im Gespräch mit **MARKENARTIKEL**-Chefredakteur Peter Strahlendorf

MARKENARTIKEL ist die Pflichtlektüre der Auftraggeberseite

Im Markenverband und in der Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) sind mehr als 400 Markenartikel-Unternehmen organisiert, die über 1.000 bedeutende Marken führen. Allein die über 100 OWM-Mitgliedsfirmen investieren jährlich mehr als 8,5 Milliarden Euro in Kommunikation und Werbung!

MARKENARTIKEL erreicht monatlich über 5.000 Entscheider in Geschäftsführung, Marketing und Produktmanagement der Markenartikelunternehmen. Als Medium des Markenverbandes und „Sprachrohr der Marke“ ist **MARKENARTIKEL** dort monatliche Pflichtlektüre!



Umfangs-Analyse 2010

DIN A4	Format
11	Ausgaben pro Jahr
1.172	Gesamtseitenanzahl
989	Redaktioneller Teil
183	Anzeigenteil
7	Beilagen

Auflagen-Analyse

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt

3.500	Druckauflage
3.412	verbreitete Auflage

Inhaltliche Schwerpunkte



Empfänger-Analyse

52,8%	Markenartikel-Unternehmen
14,5%	Meinungsbildner aus Politik/Verbänden
12,3%	Werbe- und Mediaagenturen
5,2%	Medien
5,0%	Marktforschung/Unternehmensberatung
4,8%	Universitäten
3,1%	Rechtsanwaltskanzleien
2,1%	Handel
0,2%	Sonstige

Themen+Termine 1. Halbjahr 2012

Ausgabe Nr.	Erscheinungs-termin	Themen	Anzeigen-schluss	Druck-unterlagen
1-2/12	30.1.12	Shopper-Marketing Marken-Kommunikation im Handel Gesundheit Der Wellness-Faktor in der Markenführung	16.12.11	13.1.12
03/12	7.3.12	Mediaplanung Maßgeschneiderte Markenauftritte im Media-Mix	27.1.12	10.2.12
04/12	5.4.12	Verpackung + Design drupa 2012 Messen Marken zum anfassen	16.3.12	23.3.12
05/12	26.4.12	Plagiate und Fälschungen Tag des geistigen Eigentums, 26. April Premiummarken Luxus&lifestyle, Markenführung im Hochpreissegment	30.3.12	13.4.12
06/12	11.6.12	VKE-Treff , 11./12. Juni in Berlin, Prestigekosmetik – alles für die Schönheit Marktforschung BVM-Kongress 2012	11.5.12	25.5.12
07/12	9.7.12	Corporate Publishing Marken und Unternehmenskommunikation Kreativität Ausgezeichnete Markenwerbung	8.6.12	22.6.12

→ 2. Halbjahr

Themen+Termine 2. Halbjahr 2012

Ausgabe Nr.	Erscheinungs-termin	Themen	Anzeigen-schluss	Druck-unterlagen
08/12	6.8.12	MA, AWA, IVW Die Leistungswerte der Medien, Halbjahresbilanz Zeitung und Marke Abverkaufsmedium per excellence	6.7.12	20.7.12
09/12	3.9.12	Kids VA Markenbewusstsein und Kaufkraft der Kunden von morgen Online-Marketing dmexco 2012 Marken im Hörfunk Radioday 2012	3.8.12	17.8.12
10/12	27.9.12	Jahrestagung des Markenverbandes , 27. September in Berlin	24.8.12	7.9.12
11/12	14.11.12	17. OWM-Fachtagung , 15. November in Berlin	10.10.12	24.10.12
12/12	3.12.12	Employer-Branding Nachhaltige Optimierung zur Mitarbeiterbindung Entscheider-Medien Media-Lösungen für hohe Ansprüche	2.11.12	16.11.12

(Änderungen vorbehalten, Stand 6.3.2012)

Print-Werbung

Anzeigen-Preisliste Nr. 35, gültig seit 1. Januar 2012

Format	4c
1/1 Seite	€ 4.400,-
1/2 Seite	€ 2.980,-
Umschlag-Seite	€ 5.290,-
Doppelseite	€ 7.490,-

Beilagen zzgl. Handlungskosten

Gewicht	
bis 50g	€ 2.850,-
bis 100g	€ 3.130,-
bis 150g	€ 3.420,-
bis 200g	€ 3.770,-
über 200g	€ 4.180,-

Rabatte bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel		Mengenstaffel	
3 Anzeigen	3%	3 Seiten	5%
6 Anzeigen	5%	6 Seiten	10%
9 Anzeigen	10%	9 Seiten	15%
11 Anzeigen	15%	11 Seiten	20%

Nachlässe werden nach der jeweils günstigsten Staffel gegeben.

Anzeigenformate Breite x Höhe in mm

	Satzspiegel	Anschnitt
1/1 Seite	180 x 273	210 x 297
1/2 Seite quer	165 x 130	210 x 140
1/2 Seite hoch	85 x 273	110 x 297
Doppelseite	-	420 x 297

Anschnitt Beschnittzugabe 3-5mm je Außenkante



1/1 Seite 210 x 297 mm | 1/2 Seite quer 210 x 140 mm | 1/2 Seite hoch 110 x 297 mm | 1/1 Seite 180 x 273 mm | 1/2 Seite quer 165 x 130 mm | 1/2 Seite hoch 85 x 273 mm

Sonderformate und Sonderwerbeformen auf Anfrage

Druckunterlagen

Hochauflösende PDF-Datei (abgespeichert für Druckvorstufe) auf einem Datenträger oder per E-Mail (bitte jeweils mit farbverbindlichem Proof).

Lieferanschrift für Beilagen + Werbemittel

Lehmann Offsetdruck GmbH, Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt, Fon: 040/30 85 80 00, Liefervermerk „markenartikel Nr. ...“

Online-Werbung

The screenshot shows the homepage of 'markenartikel' with several advertising spots highlighted by pink boxes and labels:

- Superbanner:** A large horizontal banner at the top of the page.
- Skyscraper:** A tall, narrow vertical banner on the right side of the page.
- Banner:** A horizontal banner below the main content area, featuring the 'MARKENVERBAND' logo.
- Content-Ad:** A rectangular advertisement for 'new business' located in the bottom right corner.
- Layer:** A small rectangular advertisement located in the bottom left corner.

Leistungswerte

7.991 Visits (Oktober 2011)

14.467 PI (Oktober 2011)

(Die Zahlen beruhen auf der etracker-Webanalyse)

Online Preisliste Nr. 2, gültig seit 1. Januar 2012, Wochenpreise in Euro zzgl. USt.

Homepage	Format (Pixel)	Tarif
Banner	468 x 60	950,-
Superbanner	820 x 90	1.490,-
Content-Ad	300 x 250	1.950,-
Layer	400 x 400	1.950,-
Skyscraper	120 x 600	1.950,-
Wide Skyscraper	160 x 600	2.100,-
Hockeystick (Superbanner+Skyscraper)	820 x 90 + 120 x 600	3.090,-
Wallpaper	auf Anfrage	3.350,-

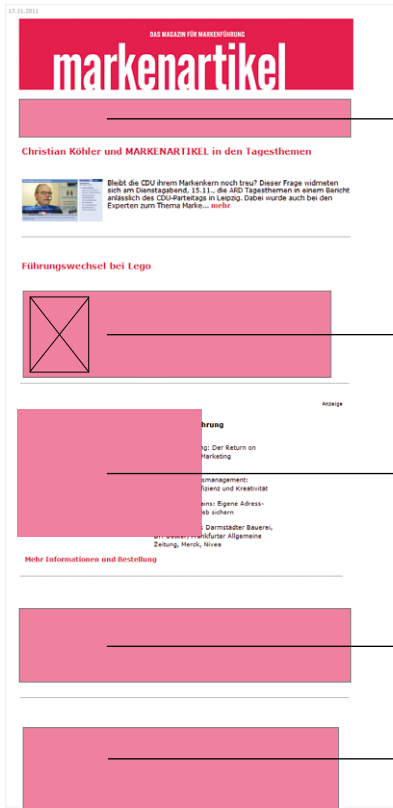
Weitere Sonderwerbformen auf Anfrage möglich.

Rabatte bei Abnahme inines Jahres

ab 4 Wochenschaltungen	5 %
ab 10 Wochenschaltungen	10 %
ab 20 Wochenschaltungen	15 %
ab 30 Wochenschaltungen	20 %

Technische Formate: Alle Werbemittel für die Homepage können als gif, jpg, flash oder html angeliefert werden. Datenlieferung spätestens 2 Werktage vor Schaltbeginn. Kapazität: < 200 KB

Newsletter



Kopfbanner

Textanzeige mit Logo

Content-Ad

Banner

Textanzeige

Der Markenartikel-Newsletter erscheint 1x wöchentlich (donnerstags) und erreicht 751 Abonnenten (Stand 23.11.11)

Online Preisliste Nr. 2, gültig seit 1. Januar 2012, Wochenpreise in Euro zzgl. USt.

Newsletter	Format	Preise
Textanzeige	max. 8 Zeilen à 70 Zeichen	525,-
Textanzeige + Logo	max. Höhe 150	790,-
Banner	468 x 60	950,-
Kopfbanner	468 x 60	1.100,-
Content-Ad	300 x 250	950,-

Weitere Werbeformen auf Anfrage möglich.

Rabatte bei Abnahme innerhalb eines Jahres

ab 4 Wochenschaltungen	5 %
ab 10 Wochenschaltungen	10 %
ab 20 Wochenschaltungen	15 %
ab 30 Wochenschaltungen	20 %

Spezifikationen: Werbemittel für den Newsletter können nur im jpg- oder gif-Format angeliefert werden. Daten für die Textanzeige bitte als Word-Dokument. Datenlieferung spätestens 2 Werktage vor Schallbeginn. Kapazität: > 200 KB

Ihre Ansprechpartner im Verlag



Anzeigenleitung

Jens Jansen
Fon +49/40/60 90 09-52
Fax +49/40/60 90 09-55
E-Mail: jansen@markenartikel-magazin.de



Chefredakteur

Peter Strahlendorf
Fon +49/40/60 90 09-0
Fax +49/40/60 90 09-15
E-Mail: strahlendorf@markenartikel-magazin.de



Anzeigendisposition

Silke Reyher-Timmann
Fon +49/40/60 90 09-54
Fax +49/40/60 90 09-55
E-Mail: reyher-timmann@new-business.de



Chefin vom Dienst

Vanessa Göbel
Fon +49/40/60 90 09-31
Fax +49/40/60 90 09-77
E-Mail: goebel@markenartikel-magazin.de



Vertriebsleitung

Angelika Schmidt
Fon +49/40/60 90 09-65
Fax +49/40/60 90 09-66
E-Mail: schmidt@new-business.de



Vertriebsmarketing

Birgit Jessen
Fon +49/40/60 90 09-62
Fax +49/40/60 90 09-66
jessen@new-business.de

Herausgeber: Markenverband e.V., Unter den Linden 42, 10117 Berlin

Verleger Peter Strahlendorf
New Business Verlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg
(Postfach 70 12 45, 22012 Hamburg)

Fon
+49/40/609 009-0
Fax
+49/40/609 009-15

Internet
www.markenartikel-magazin.de
E-Mail
anzeigen@markenartikel-magazin.de

markenartikel

Jahrgang: 74/2012
Druckauflage: 3.500

Erscheinungsweise:

monatlich
Doppelausgabe: Jan./Feb.

Druck- und Bindeverfahren

Bogenoffset, Farbanzeigen nach Euroskala,
Format DIN A4, Lumbeck-Heftung

Bezugspreis

Jahresabo 98,- Euro (inkl. Versand, zzgl. Umsatzsteuer)

Bankverbindung

Hamburger Sparkasse (BLZ 200 505 50), Kto.-Nr. 1217 13 13 23
Commerzbank (BLZ 200 400 00), Kto.-Nr. 48 22 821

Zahlungsmodalitäten

nach Erscheinen netto, 2% Skonto wird nur bei Vorkasse gewährt,
wenn ältere Rechnungen nicht überfällig sind.
Die jeweils gültige Umsatzsteuer wird gesondert berechnet.

Mittlervergütung

Werden die Anzeigenaufträge von einer durch den Kunden
beauftragte Agentur erteilt, wird die übliche Mittlervergütung
von 1,5 % gewährt.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen aufzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Berechnung der Abgabemengen werden Text+Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigenentwurfes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugestrichelter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr hat der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit im Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Käufern die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden

Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfänger der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlungen werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckerunterlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisreduzierung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt dies mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zu Preisreduzierung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v.H., bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v.H., bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v.H., bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v.H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisreduzierungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher, Katalogzusendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

19. Druckerunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Bewahrt der Verlag die Werbemittel auf, ohne dazu verpflichtet zu sein, so geschieht dies maximal für drei Monate.

20. Rabattzuschriften und Rabattnachbelastungen erfolgen grundsätzlich erst zum Ende des Insertionsjahres.

21. Platzierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden.

22. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.

22. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist Hamburg.



Das Magazin für Kommunikation und Medien
www.new-business.de



new business Reports



new business Edition
www.jahrbuch-sponsoring.de
www.healthcaremarketing.eu



Das Magazin für Markenführung
www.markenartikel-magazin.de



Das Entscheider-Magazin für Pharma-Marketing
www.healthcaremarketing.eu



Das Magazin für Corporate Communications
www.cp-monitor.de



Das Magazin für Kommunikation im öffentlichen Sektor
www.publicmarketing.eu



Zeitschrift für Werbung, Kommunikation und Markenführung
www.transferzeitschrift.net



Zeitschrift für Medienmanagement und Kommunikationsökonomie
www.medienwirtschaftonline.de



Fachmagazin für SAT, Kabel, Antenne und Multimedia
www.sat-report.de



Business-Magazin für Kabel, Satellit, Breitband und digitales Fernsehen
www.cablevision-europe.de



Connecting Creative Professionals
www.redbox.de